# THE BOTTLED WATER MARKET

*prepared for*

The Japan Trade Development Division
Department of External Affairs

External Affairs Canada
Affaires extérieures Canada

Canada

# Preface

Canadian exporters are discovering a new Japan. Firms which have focussed their efforts on specific target market segments have seen their results soar. Their success bears witness to important changes which have recently occurred in the Japanese market.

Since the mid 1980s, the substantial appreciation of the yen, Japan's concerted policy of domestic demand stimulation and a shift towards a more open import regime have significantly enhanced the competitiveness of Canadian goods in the Japanese market. Specific opportunities have emerged in areas previously closed to foreign suppliers.

This "Export Opportunities in Japan" series is published by the Department of External Affairs to assist Canadian exporters in seizing these exciting new opportunities. It pinpoints specific market segments where new Japanese import demand meets proven Canadian capability. It includes market segment profiles, details specific market technical characteristics, documents success stories and provides market bibliographies and key contact lists.

The series is designed not only as a reference and guide but also as the basis for future joint marketing action by Canadian firms, their trade associations and Canadian government departments. The series has been produced in consultation with the Japanese Export Trade Organization (JETRO) and has the support of the Japanese Ministry of International Trade and Industry (MITI).

The popularity of bottled water in Japan is ever increasing and import figures bear witness to this trend showing growth rates of nearly 200 per cent in 1987 and 1988. The Canadian image of a clean and beautiful country is a strong marketing asset placing Canada in a prominent position to expand its market share. This profile of the Japanese market for bottled water covers key marketing and regulatory considerations for the Canadian exporter and identifies major Japanese importers as well as industry and government organizations. The study was initiated and supported by the Japan Trade Development Division of the Department of External Affairs.

Further information and guidance is available from:

Japan Trade Development Division (PNJ)
Department of External Affairs
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0G2
Telex: 053-3745
Fax: (613) 996-9288/996-9103

*The Canadian Embassy in Japan has made important contributions to this series of market studies. Additional assistance and information is available from the Embassy in Tokyo.*

The Canadian Embassy
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107, Japan

Cable: CANADIAN TOKYO
Tel: (011-81-3) 408-2101/8
Telex: (Destination code 72) 22218
(DOMCAN J22218)
Fax: (G3 System) 03-479-5320

92-07001/

## Table of Contents


| | | Page |
|---|---|---|
| List of Tables | | 5 |
| 1 | Introduction | 7 |
| 2 | Rising Popularity of "Delicious Water" | 7 |
| 3 | Market Segments | 7 |
| 4 | Domestic Production | 7 |
| 5 | Imports | 8 |
| 6 | Supplying Countries | 8 |
| 7 | Tariff Classification | 8 |
| 8 | Packaging | 8 |
| 9 | Pricing | 8 |
| 10 | Japanese Standards for Bottled Water | 9 |
| 11 | Major Japanese Importers | 10 |
| 12 | Japanese Governmental and Trade Organizations | 11 |


## List of Tables


| | | Page |
|---|---|---|
| 1. | Volume of Production in Japan | 7 |
| 2. | Volume of Imports | 8 |
| 3. | Volume and Value from Major Importers | 8 |
| 4. | Major Brands Available in Tokyo — May 1988 | 9 |

## 1 Introduction

Bottled water, which has been gradually increasing in demand in Japan for a decade, has recently become a rapid-growth market. The growth is particularly evident in imports where volume increased nearly threefold in 1987 to 4.2 million litres and more than doubled again in 1988 to approximately 10 million litres. As all indications are that this trend will continue, the bottled water market represents a good opportunity for Canadian exporters.

## 2 Rising Popularity of "Delicious Water"

A number of factors have contributed to the recent boom in sales of what the Japanese call *oisbii mizu* (delicious water). The ever-growing prosperity of the people coupled with the demand for high-quality food and beverage products is a major factor. To avoid the chlorine of tap water, more and more bars and restaurants are using bottled water for *mizuwari* (whisky and water), while many of the new coffee bars which have opened in large numbers in recent years, are using it to make coffee. Numerous high-class sushi bars serve bottled water as it is considered to taste better with this popular food item in Japan.

The demand for bottled mineral water is also in line with the recent health food boom in Japan and an increasing number of consumers are beginning to drink bottled water for health reasons. The Japanese regulations on imports of bottled water were relaxed in May 1986 and this has helped stimulate interest in the product and many new imported brands. Prior to May 1986, mineral water exporters had to sterilize their product by boiling which added greatly to the cost and created some production and product quality problems.

The large increase in imports in 1987 was a result, in part, of the publicity surrounding the expected water shortage in the Tokyo area because of the lack of rainfall during the rainy season. In 1988, consumer interest in the product increased as a result of publicity on the unhealthy nature of city tap water. The very cool rainy summer, however, had a dampening effect on sales of all beverages.

## 3 Market Segments

Initially, the demand for bottled water was almost entirely in the food service sector. Over the last several years, interest has developed rapidly in bottled water as a consumer retail item. It is estimated that about 30 per cent of total bottled water consumption is currently through the retail sector and that this sector is poised for further rapid growth.

Bottled water has become a popular gift item at department stores, particularly during the summer (end of June) gift-giving season. As per capita consumption of bottled water in Japan is less than one litre compared to 70 litres in France, there is obviously a great deal of potential for market expansion.

## 4 Domestic Production

While there are no published statistics on Japan's domestic production of bottled water, the trade estimates that as many as 130 companies are involved in bottled water production but six firms account for 80 per cent of the total.

### Table 1

**Volume of Production in Japan**

| Year | Volume *(Kilolitres)* |
|---|---|
| 1978 | 59 000 |
| 1982 | 87 000 |
| 1986 | 81 000 |
| 1987 | 89 100 |

## 5 Imports

Bottled water imports increased from zero in 1980 to more than 4 million litres in 1987 and an expected 10 million litres in 1988 with a value of about $7 million. Imports now supply about 10 per cent of total demand and are increasing much more rapidly than domestic production. If the current growth rates are maintained, it is a market segment which is expected to expand significantly in the next few years. The rapid growth in bottled water imports is reflected in Table 2.

### Table 2

**Volume of Imports**

| Year | Volume *(Litres)* | Value *(000 yen)* |
|---|---|---|
| 1982 | 205 149 | 46 247 |
| 1984 | 1 412 905 | 298 743 |
| 1986 | 1 503 474 | 177 997 |
| 1987 | 4 224 545 | 445 850 |
| 1988 (Jan-Nov) | 9 444 087 | 687 847 |

*Source:* Japan Trade Statistics
*Note: $1 Cdn = 100 yen*

## 6 Supplying Countries

France is by far the leading supplier with approximately 80 per cent market share in 1988. Canada is in the initial stages of what should develop into a significant market penetration and volume increase over the next several years. One could easily project volume of 2-3 million litres in the next year or two if sales forecasts come close to being reached. Major Canadian brands include Western Canadian Water's Canadian Blue, which is distributed by Mitsubishi Heavy Industries directly to home and office markets, Quebec Brand, Canadian Rocky, Quill, and Bourassa.

### Table 3

**Volume and Value from Major Importers**

| Country | Volume *(Kilolitres)* | Value *(yen million)* |
|---|---|---|
| France | 7 517 | 555 |
| Canada | 323 | 24 |
| United States | 447 | 23 |
| Republic of Korea | 121 | 11 |
| North Korea | 60 | 5 |
| Norway | 549 | 32 |
| Italy | 50 | 4 |
| F.R.G. | 29 | 5 |
| United Kingdom | 88 | 5 |
| Switzerland | 54 | 4 |
| Denmark | 13 | 2 |
| Chile | 50 | 4 |
| Greenland | 7 | 3 |
| Turkey | 37 | 1 |
| Belgium | 70 | 5 |
| Total | 9 444 | 688 |

## 7 Tariff Classification

According to Japanese statistics, bottled water enters Japan under two classifications:

- CCCN number 2201-10 spa waters and aerated waters — 3.2% tariff; and
- CCCN number 2201-90 others — free of duty.

## 8 Packaging

The most popular retail package, particularly for the imported product, is the 1.5 litre flexible clear plastic bottle. The major exception is Perrier which is distributed in 200 ml, 330 ml and 700 ml sizes.

The Japanese image of Canada as a land of clean air, pure water, open space and natural beauty can be utilized to advantage in the packaging/labelling design process for a bottled water product geared to the Japanese market.

## 9 Pricing

The following is a non-exclusive listing of brands of bottled water available in the Tokyo area in March 1988. Canadian firms should have no difficulty remaining price competitive with other suppliers, particularly European as a result of a freight and currency advantage.

## Table 4

**Major Brands Available in Tokyo – May 1988**

| Brand | Origin | Size | Price (*yen*) |
|---|---|---|---|
| Canadian Rocky | Canada | 340 ml (can) | 120 |
| Bourassa | Canada | 1 500 ml | 280 |
| Quebec | Canada | 1 500 ml | 300 |
| Canadian Blue | Canada | 3 800 ml (4 units) | 1 600 |
| Perrier | France | 700 ml | 380 |
| Perrier | France | 330 ml | 230 |
| Perrier | France | 200 ml | 180 |
| Evian | France | 1 500 ml | 300 |
| Vittel | France | 1 500 ml | 200 |
| Volvio | France | 1 500 ml | 270 |
| Mountain Valley | United States | 29 fl. oz | 300 |
| Strathmore | Scotland | 1 500 ml | 300 |
| Swiss Alpine | Switzerland | 1 000 ml | 380 |
| Bismark | Germany | 1 000 ml | 350 |
| San Pellegrino | Italy | 900 ml | 350 |
| Ramlosa | Sweden | 680 ml | 400 |
| Norwater | Norway | 1 500 ml | 250 |
| Fuji | Japan | 1 000 ml | 190 |
| Fuji | Japan | 780 ml | 100 |
| Rokko | Japan | 1 000 ml | 200 |
| Rokko | Japan | 2 000 ml | 300 |

# 10 Japanese Standards for Bottled Water

### Basic Specifications

Before it can be imported, bottled water must be inspected and approved by the Japanese Ministry of Health and Welfare. The following basic specification must be met to pass inspection:

- The water must not be turbid.
- The water must have no sedimentation.
- Arsenic, lead and cadmium must not be detected in the water. (Detectable limits: arsenic – below 0.2 ppm, lead – below 0.4 ppm and cadmium – below 0.1 ppm.)
- The tin content in the water must be under 150 ppm.
- The water must be coliform negative.

### Standards

The basic manufacturing standards for bottled mineral and other water are:

- Potable water must be used.
- The water must be pasteurized at a temperature of more than 85 °C (the center-depth temperature) for longer than 30 minutes or by another method with equal or higher effectiveness in destroying any micro-organisms which might be present in the unprocessed water. An automatic filler must be used to fill the containers and the containers of water must then be pasteurized with equipment that has an automatic thermometer. A record of pasteurization must be kept for six months.

### Pasteurization

Mineral water which complies with the following manufacturing standards does not need to be pasteurized:

- Potable water must be used.
- The water must test negative for enterococcus (faecal streptcocci); spore-forming sulfate-reducing anaerobes; and pseudomonas aeruginosa. The finished product must also test negative for enterococcus and pseudomonas aeruginosa.
- The live bacterial count must be less than five per milliliter in the water as it comes from the source.
- The live bacterial count of the water, immediately after it has been poured into the containers, must be less than 20 per milliliter.
- Only mineral water taken directly from a spring can be used and an automatic filler must be used to fill the containers which must be stoppered or sealed immediately.
- The water must not be contaminated with pathogenic micro-organisms. It must be free from live organisms or substances which might be contaminated with pathogenic micro-organisms.
- The water must not be subjected to manufacturing processes other than precipitation, filtration, aeration and the instillation or removal of carbon dioxide.
- Facilities and equipment used for all manufacturing processes, including collection and filling, must be in perfect condition from a food sanitation standpoint.
- The entire manufacturing process must be performed under strict sanitary conditions.
- Records of all test results for micro-organisms must be kept for six months.

Mineral water that is bottled in a sealed container with a carbon dioxide pressure of more than 1 kg/cm$^2$ at a temperature of 20°C, does not need to be pasteurized if the unprocessed water is potable and if the finished water complies with the basic specifications listed.

## 11 Major Japanese Importers

Following is a list of known Japanese importers of bottled water with the [brands imported]:

**Sanko Sako Co., Ltd.**
[Quill Natural Spring (Canada)]
c/o Horse Bldg., 4-10 Azuchimachi
Higashi-ku, Osaka
Tel: 06-262-3341
Fax: 06-262-5166

**Ajinomoto Co., Ltd.**
[Canadian Rocky (Canada)]
1-5-8 Kyobashi
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-272-1124
Telex: 22690
Fax: 03-271-4185

**Mitsubishi Heavy Industries Ltd.**
[Canadian Blue (Canada)]
5-1 Marunouchi 2-choma
Chiyoda-ku, Tokyo 100
Tel: 03-212-9308
Fax: 03-216-3021

**Mitsui Toatsu Co., Ltd.**
[Quebec (Canada)]
3-1-9 Nihonbashi, Muromachi
Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-243-1541
Fax: 03-279-2017

**Nurihiko Co., Ltd.**
[Bourassa (Canada)]
No. 1 Nurihiko Bldg.
2-9-2 Kyobashi Chuo-ku, Tokyo
Tel: 03-535-5311
Fax: 03-561-6329

**Marubeni Foods (Marubeni Shokuryo)**
[Vittel (France)]
3-3-2 Higashi Shinagawa
Shinagawa-ku, Tokyo
Tel: (03) 472-5431
Fax: (03) 472-6929
Telex: J22326 ATTN MFDA700

**Tokyo Reporters Associates**
[Scotish Water (United Kingdom)]
Maison Yoyogi Bldg., Yoyogi
Shibuya-ku, Tokyo
Tel: 370-5503

**Takara Shuzo**
[Ramlosa (Sweden)]
Higashinotoin-Higashiiru, Shijodori
Shimogyo-ku, Kyoto 600
Tel: 075-241-5100
Fax: 075-211-6385

**Shigematsu Trading**
[Norwater (Norway)]
1-14-13 Moto Asakusa
Taito-ku, Tokyo
Tel: 03-843-4101
Fax: 03-843-4105

**Happy World**
[Ichiwa Seisui (R. Korea)]
Maruei Bldg., 19-10, Jinnan 1-Choma
Shibuya-ku, Tokyo 150
Tel: 03-454-2638
Telex: 2424093 HAPPINJ
Fax: 03-461-0849

**Osaka Kinoshita Shoji**
[Aqui Sparkling Water (Switzerland)]
2-4-41 Nakazaki Nishi
Kita-ku, Osaka
Tel: 06-371-9331
Fax: 06-374-1203

**Yutaka Sangyo Co., Ltd.**
[Mendocino Mineral Water (U.S.)]
Tokyo Kaijyo Bldg., 1-2-1 Marunouchi
Chiyoda-ku, Tokyo
Tel: 03-213-8161
Fax: 03-213-8160

**C. Itoh & Co., Ltd.**
[Evian (France)]
Kita Aoyama 2-5-1 Minato-ku
Tokyo
Tel: 03-497-2121

**Kagoma Co., Ltd.**
[San Pellegrino (Italy)]
Nihombashi 2-20-7 Chuo-ku
Tokyo 103
Tel: 03-861-7611

**Sunhealth Co., Ltd.**
[Valser (Switzerland)]
Kyobashi 3-2-8 Chou-ku
Tokyo 104
Tel: 03-271-8381

**Nisaho Iwai Corp.**
[Ashbon (England)]
Akasaka 2-4-5 Minato-ku
Tokyo 107
Tel: 03-588-2111

**Mountain Valley Water Co., Ltd.**
[Mountain Valley (U.S.)]
Okamoto 7-14-15-613 Higashinada-ku
Kobe-shi 658

**Perrier Japon K.K.**
[Perrier; Volvic (France)]
Jingumae 4-2-11, Shibuya-ku
Tokyo 150
Tel: 03-408-8321

## 12 Japanese Governmental and Trade Organizations

### Governmental

**Ministry of Health and Welfare**
Environmental Health Bureau
Food Sanitation Division
Office of Port Health Administration
Kasumigaseki 1-1-2 Chiyoda-ku
Tokyo 100-45
Tel: 03-503-1711

**Ministry of Agriculture, Fisheries and Forestry**
Food and Marketing Bureau
Groceries Oils and Fats Division
Food and Marketing Bureau
Consumers' Economy Division
Kasumigaseki 1-2-1 Chiyoda-ku
Tokyo 100
Tel: 03-502-8111

### Trade

**Japan Soft Drink Bottlers Association**
Koishikawa 2-4-17, Bunkyo-ku
Tokyo 112
Tel: 03-514-0666

**Mineral Water Association of Japan**
Tomomi Bldg. 3F Shinjuku-ku
Tokyo 180
Tel: 03-350-9100

# LE MARCHÉ DE L'EAU EMBOUTEILLÉE

*préparé pour*

la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon
Ministère des Affaires extérieures

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada

Canada

# Préface

Les exportateurs canadiens découvrent le nouveau visage du Japon. Les compagnies qui ont travaillé à percer des marchés japonais particuliers enregistrent des résultats extrêmement positifs. Leur succès témoigne des changements importants qu'a subis récemment l'ensemble du marché japonais.

Vers 1985, grâce à une appréciation marquée du yen et à une ouverture sans précédent du régime d'importation allant de pair avec une politique de stimulation du marché intérieur, la compétitivité des biens canadiens au Japon s'est de beaucoup accrue. Des débouchés existent maintenant dans des secteurs autrefois fermés aux fournisseurs étrangers.

Cette série d'études intitulée *Perspectives d'exportation au Japon* est publiée par le ministère des Affaires extérieures afin d'aider les exportateurs canadiens à saisir les nouvelles possibilités qu'offre le marché japonais. Ces études déterminent les marchés clés où la capacité de production canadienne existe et où la demande japonaise est croissante. Elles comportent, entre autres, des profils sectoriels incluant des détails précis sur les caractéristiques techniques des marchés, des exemples du succès qu'ont connu les compagnies canadiennes au Japon ainsi qu'une bibliographie de documents pertinents et une liste de contacts clés.

Ces études constituent non seulement des guides pour les exportateurs canadiens, mais aussi la base d'un effort tripartite de promotion et de mise en marché des produits canadiens de la part des associations industrielles, des compagnies canadiennes et du gouvernement canadien. Cette série d'études fut élaborée en consultation avec l'organisme japonais JETRO et avec l'appui du ministère japonais du Commerce extérieur et de l'Industrie.

L'eau embouteillée connaît une popularité croissante au Japon ainsi qu'en témoignent les importations qui ont connu un taux de croissance de près de 200 % en 1987 et 1988. La perception du Canada comme un pays propre et beau le place dans une position privilégiée comme exportateur d'eau embouteillée. Le texte qui suit constitue un profil du marché japonais de l'eau embouteillée. Il fait état de considérations clés relativement à la réglementation et la mise en marché de ce produit et renseigne sur les importateurs et autres organismes du secteur public ou commercial les plus importants. Cette étude fut entreprise et financée par la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon, du ministère des Affaires extérieures.

Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec la :

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-9288 ou
(613) 996-9103

*L'apport de l'ambassade du Canada au Japon à cette série d'études de marchés a été important. Pour obtenir de l'aide ou de plus amples renseignements, prière de communiquer avec elle à l'adresse suivante :*

Ambassade du Canada
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107 (Japon)

Adresse télégraphique : CANADIAN TOKYO
Télex : (72) 22218 (DOMCAN J22218)
Télécopieur : (système G3) 03-479-5320
Téléphone : (011-81-3) 408-2101/8

## Table des matières


| | | Page |
|---|---|---|
| | Liste des tableaux | 5 |
| 1 | Introduction | 7 |
| 2 | Popularité grandissante de « l'eau délicieuse » | 7 |
| 3 | Segments du marché | 7 |
| 4 | Production nationale | 7 |
| 5 | Importations | 8 |
| 6 | Pays fournisseurs | 8 |
| 7 | Classification tarifaire | 8 |
| 8 | Embouteillage | 9 |
| 9 | Prix | 9 |
| 10 | Normes japonaises concernant l'eau embouteillée | 9 |
| 11 | Principaux importateurs japonais | 10 |
| 12 | Organismes gouvernementaux et commerciaux au Japon | 11 |


## Liste des tableaux


| | | Page |
|---|---|---|
| 1 | Production japonaise | 7 |
| 2 | Importations japonaises | 8 |
| 3 | Pays fournisseurs du Japon | 8 |
| 4 | Principales marques importées | 9 |

## 1 Introduction

L'eau embouteillée, dont la demande s'est accrue petit à petit pendant la dernière décennie, constitue maintenant un marché en pleine croissance. Les produits importés sont particulièrement touchés par cette croissance. En effet, leur volume a presque triplé en 1987, passant à 4,2 millions de litres. Il a de nouveau plus que doublé en 1988, atteignant environ 10 millions de litres. Tous les indices laissent croire que cette tendance se poursuivra. Le marché de l'eau embouteillée offre donc des débouchés très intéressants aux exportateurs canadiens.

## 2 Popularité grandissante de « l'eau délicieuse »

Une quantité de facteurs ont contribué à la récente montée des ventes de ce que les Japonais appellent *oishii mizu* (« eau délicieuse »). La prospérité sans cesse croissante du pays ainsi que la demande d'aliments et de boissons de bonne qualité sont un facteur important. Afin d'éviter le chlore que l'on trouve dans l'eau du robinet, de nombreux bars et restaurants se servent maintenant d'eau embouteillée pour le *mizu-uwari* (whisky et eau), comme le font pour leur boisson les nouveaux cafés apparus en grand nombre ces dernières années. Beaucoup de bars *sushi* huppés se servent également de l'eau embouteillée pour donner un meilleur goût à cet aliment fort populaire au Japon.

La demande d'eau minérale embouteillée est également une manifestation du grand intérêt que les Japonais portent depuis peu aux produits naturels. De fait, de plus en plus de consommateurs commençent à se servir de l'eau embouteillée en raison de ses prétendus bienfaits pour la santé. L'assouplissement, en mai 1986, des règlements japonais sur les importations d'eau embouteillée a contribué à stimuler l'intérêt porté à cette catégorie de biens ainsi qu'à de nombreuses nouvelles marques de produits importés. Les exportateurs d'eau minérale devaient auparavant stériliser l'eau en la faisant bouillir, ce qui en faisait augmenter le coût considérablement et engendrait des problèmes de production et de qualité du produit.

C'est la publicité faite autour de la disette d'eau prévue dans la région de Tokyo en raison de l'insuffisance des précipitations durant la saison des pluies qui a provoqué l'augmentation substantielle des importations en 1987. En 1988, l'intérêt du consommateur a augmenté en raison de la publicité dénonçant l'insalubrité de l'eau courante dans les villes. Les ventes de boissons se sont quand même ressenties de l'effet négatif d'un été pluvieux et frais.

## 3 Segments du marché

Jusqu'à tout récemment, la demande d'eau embouteillée provenait presque exclusivement du secteur de la restauration. Au cours des dernières années, un intérêt marqué s'est manifesté pour l'eau embouteillée comme article de consommation au détail. D'après les dernières estimations, environ 30 % du total de l'eau embouteillée consommée est écoulé au détail, et ce secteur s'apprête à connaître une autre croissance rapide.

Les magasins à rayons vendent de plus en plus d'eau embouteillée comme cadeau, en particulier au cours de la saison estivale (fin de juin). Comme la consommation annuelle est de 1 litre par habitant au Japon, comparativement à 70 litres en France, le potentiel du marché est évidemment très grand.

## 4 Production nationale

S'il n'y a pas de statistiques publiées sur la production japonaise d'eau embouteillée, on estime que 130 sociétés environ en produisent. Six d'entre elles accaparent 80 % de la production totale.

### Tableau 1

**Production japonaise**

| Année | Kilolitres |
|---|---|
| 1978 | 59 000 |
| 1982 | 87 000 |
| 1986 | 81 000 |
| 1987 | 89 100 |

## 5 Importations

D'une quantité nulle en 1980, les importations d'eau embouteillée sont passées à plus de 4 millions de litres en 1987 et à 10 millions de litres en 1988 (d'une valeur approximative de 7 millions de dollars).

Elles servent à répondre à environ 10 % de la demande totale et elles augmentent beaucoup plus rapidement que la production nationale. Si les taux de croissance actuels se maintiennent, ce segment du marché augmentera considérablement au cours des prochaines années. Le tableau suivant en atteste.

### Tableau 2

**Importations japonaises**

| Année | Volume en litres | Valeur en milliers de yens |
|---|---|---|
| 1982 | 205 149 | 46 247 |
| 1984 | 1 412 905 | 298 743 |
| 1986 | 1 503 474 | 177 997 |
| 1987 | 4 224 545 | 445 850 |
| 1988(janv.-nov.) | 9 444 087 | 687 847 |

*Source* : Statistiques commerciales du Japon
*Note* : 1 $CAN = 100 yens.

## 6 Pays fournisseurs

La France, dont la part du marché s'élevait à 80 % en 1988, est de loin le principal fournisseur. Quant à la part du Canada, elle est susceptible d'augmenter considérablement au cours des prochaines années. On peut s'attendre à un volume d'environ 2 ou 3 millions de litres de ventes canadiennes dans les quelques prochaines années si les prédictions se concrétisent. Les marques canadiennes les plus vendues sont la « Canadian Blue » de Western Canadian Water, distribuée directement dans les marchés domestiques et commerciaux par Mitsubishi Heavy Industries, « Quebec Brand », « Canadian Rocky », « Quill » et « Bourassa ».

## 7 Classification tarifaire

Selon les statistiques du Japon, l'eau embouteillée figure dans deux catégories d'importation:

- NCCD numéro 2201-10 : eaux de spa et eaux gazeuses — tarif de 3,2 %
- NCCD numéro 2201-90 : autres — exempts de droits

### Tableau 3

**Pays fournisseurs du Japon**

| | Volume (en kilolitres) | Valeur (en millions de yens) |
|---|---|---|
| France | 7 517 | 555 |
| Canada | 323 | 24 |
| États-Unis | 447 | 23 |
| Corée du Sud | 121 | 11 |
| Corée du Nord | 60 | 5 |
| Norvège | 549 | 32 |
| Italie | 50 | 4 |
| République fédérale d'Allemagne | 29 | 5 |
| Royaume-Uni | 88 | 5 |
| Suisse | 54 | 4 |
| Danemark | 13 | 2 |
| Chili | 50 | 4 |
| Groenland | 7 | 3 |
| Turquie | 37 | 1 |
| Belgique | 70 | 5 |
| TOTAL | 9 444 | 688 |

## 8 Embouteillage

Les bouteilles de vente au détail les plus populaires, surtout dans les importées, sont les bouteilles en plastique transparent et flexible de 1,5 litre. La marque Perrier, qui est distribuée en formats de 200 ml, 330 ml et 700 ml, constitue cependant une exception de taille.

Dans son processus d'embouteillage et d'étiquetage de l'eau destinée aux marchés japonais, le Canada pourrait tirer profit de la façon dont il est perçu par le Japon: pays d'air sain, d'eau pure, de grands espaces et de beautés naturelles.

## 9 Prix

Voici une liste inachevée des marques d'eau embouteillée vendues dans la région de Tokyo en mars 1988. Les sociétés canadiennes devraient pouvoir concurrencer aisément les autres fournisseurs, en particulier ceux d'Europe, en raison d'un avantage au niveau du fret et de la devise.

## 10 Normes japonaises concernant l'eau embouteillée

### Exigences fondamentales

Avant d'être importée, l'eau embouteillée doit être inspectée et approuvée par le ministère japonais de la Santé et du Bien-être social. Les exigences de base à respecter sont les suivantes:

- L'eau ne doit pas être trouble.
- L'eau doit être exempte de sédimentation.
- L'eau ne doit pas contenir d'arsenic, de plomb ni de cadmium en quantité détectable. (Les limites détectables sont: arsenic — moins de 0,2 ppm; plomb — moins de 0,4 ppm; et cadmium — moins de 0,1 ppm)
- L'eau doit contenir moins de 150 ppm d'étain.
- L'eau doit être exempte de coliforme.

### Tableau 4

**Principales marques vendues à Tokyo — mai 1988**

| Marque | Origine | Format | Prix (yens) |
|---|---|---|---|
| Canadian Rocky | Canada | 340 ml (canette) | 120 |
| Bourassa | Canada | 1 500 ml | 280 |
| Quebec | Canada | 1 500 ml | 300 |
| Canadian Blue | Canada | 3 800 ml (4 unités) | 1 600 |
| Perrier | France | 700 ml | 380 |
| Perrier | France | 330 ml | 230 |
| Perrier | France | 200 ml | 180 |
| Evian | France | 1 500 ml | 300 |
| Vittel | France | 1 500 ml | 200 |
| Volvio | France | 1 500 ml | 270 |
| Mountain Valley | États-Unis | 28 onces | 300 |
| Strathmore | Écosse | 1 500 ml | 300 |
| Swiss Alpine | Suisse | 1 000 ml | 380 |
| Bismark | RFA | 1 000 ml | 350 |
| San Pellegrino | Italie | 900 ml | 350 |
| Ramlosa | Suède | 680 ml | 400 |
| Norwater | Norvège | 1 500 ml | 250 |
| Fuji | Japon | 1 000 ml | 190 |
| Fuji | Japon | 780 ml | 100 |
| Rokko | Japon | 1 000 ml | 200 |
| Rokko | Japon | 2 000 ml | 300 |

### Normes

Les normes de fabrication de base relatives à l'eau minérale et aux autres types d'eau embouteillée sont les suivantes:

- Il faut se servir d'eau potable.
- L'eau doit être pasteurisée à une température de plus de 85°C (soit la température du centre de la profondeur) pendant plus de 30 minutes ou d'une autre façon permettant de détruire au moins aussi efficacement tout micro-organisme susceptible d'être présent dans les eaux non traitées. Un dispositif de remplissage automatique doit être utilisé afin de remplir les conteneurs qui doivent à leur tour être pasteurisés à l'aide d'un équipement doté d'un thermomètre automatique. Il faut conserver une fiche de pasteurisation pendant six mois.

### Pasteurisation

L'eau minérale qui se conforme aux normes de fabrication suivantes n'a pas besoin d'être pasteurisée.

- Il faut utiliser de l'eau potable.
- Les examens doivent permettre de constater que l'eau est exempte d'entérocoques (streptocoques fécaux), d'anaérobies, qui forment des spores et réduisent le sulfate, et de *pseudomonas aeruginosa*. Le produit fini doit également être exempt d'entérocoques et de *pseudomonas aeruginosa*.
- Il doit y avoir moins de cinq bactéries vivantes par millilitre dans l'eau au moment où elle jaillit de la source.
- Il doit y avoir moins de 20 bactéries vivantes par millilitre dans l'eau tout de suite après que les conteneurs en ont été remplis.
- Seule l'eau minérale provenant directement d'une source peut être utilisée et il faut utiliser un dispositif de remplissage automatique pour remplir les conteneurs qui doivent être bouchés ou scellés sur-le-champ.
- L'eau utilisée ne doit pas être contaminée par des micro-organismes pathogènes. Elle doit être exempte d'organismes et de substances vivantes qui peuvent être contaminées par des micro-organismes pathogènes.
- L'eau utilisée ne doit pas être l'objet de procédés de transformation autres que la précipitation, la filtration, l'aération et l'instillation ou le retrait de l'acide carbonique.
- Les installations et l'équipement employés dans tous les procédés de fabrication, y compris la collecte et le remplissage, doivent être très hygiéniques pour que l'eau ne soit pas contaminée.
- Tout le procédé de fabrication doit être exécuté selon des conditions d'hygiène très strictes.
- Il faut conserver pendant six mois un relevé de tous les résultats de tests des micro-organismes.

L'eau minérale embouteillée dans un conteneur scellé à l'aide d'une pression à l'acide carbonique de plus de 1 kg/cm$^2$ à une température de 20°C n'a pas à être pasteurisée si l'eau non traitée est de l'eau potable et si l'eau, comme produit fini, se conforme aux exigences de base.

## 11 Principaux importateurs japonais

Vous trouverez ci-dessous une liste d'importants importateurs japonais d'eau embouteillée. Les marques importées correspondantes figurent entre crochets.

**Sanko Soko Co., Ltd. [Quill Natural Spring (Canada)]**
c/o Horse Bldg., 4-10 Azuchimachi, Higashi-ku, Osaka
Téléphone: 06-262-3341
Télécopieur: 06-252-5166

**Ajinomoto Co., Ltd. [Canadian Rocky (Canada)]**
1-5-8 Kyobashi, Chuo-ku, Tokyo
Téléphone: 03-272-1124
Télex: 22690
Télécopieur: 03-271-4185

**Mitsubishi Heavy Industries Ltd. [Canadian Blue (Canada)]**
5-1 Marunouchi 2-chome, Chiyoda-ku, Tokyo 100
Téléphone: 03-212-9308
Télécopieur: 03-216-3021

**Mitsui Toatsu Co., Ltd. [Québec (Canada)]**
3-1-9 Nihonbashi, Muromachi, Chuo-ku, Tokyo
Téléphone: 03-243-1541
Télécopieur: 03-279-2017

**Nurihiko Co., Ltd. [Bourassa (Canada)]**
No. 1 Nurihiko Bldg., 2-9-2 Kyobashi Chuo-ku, Tokyo
Téléphone: 03-535-5311
Télécopieur: 03-561-6329

**Marubeni Foods (Marubeni Shokuryo) [Vittel (France)]**
3-3-2 Higashi Shinagawa, Shinagawa-ku, Tokyo
Téléphone: (03) 472-5431
(03) 472-6929
Télécopieur: J22326 ATTN MFDA700

**Tokyo Reporters Associates [Scotish Water (R.-U.)]**
Maison Yoyogi Bldg., Yoyogi, Shibuya-ku Tokyo
Téléphone: 370-5503

**Takara Shuzo [Ramlosa (Suède)]**
Higashinotoin-Higashiiru, Shijodori, Shimogyo-ku, Kyoto 600
Téléphone: 075-241-5100
Télécopieur: 075-211-6385

**Shigematsu Trading [Norwater (Norvège)]**
1-14-13 Moto Asakusa, Taito-ku, Tokyo
Téléphone: 03-843-4101
Télécopieur: 03-843-4105

**Happy World [Ichiwa Seisui (Corée du Sud)]**
Maruei Bldg., 19-10, Jinnan 1-chome, Shibuya-ku, Tokyo 150
Téléphone: 03-454-2638
Télex: 2424093 HAPPINJ
Télécopieur: 03-461-0849

**Osaka Kinoshita Shoji [Aqui Sparkling Water (Suisse)]**
2-4-41 Nakazaki Nishi, Kita-ku, Osaka
Téléphone: 06-371-9331
Télécopieur: 06-374-1203

**Yutaka Sangyo Co., Ltd. [Mendocino Mineral Water (É.-U.)]**
Tokyo Kaijyo Bldg., 1-2-1 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo
Téléphone: 03-213-8161
Télécopieur: 03-213-8160

**C. Itoh & Co., Ltd. [Evian (France)]**
Kita Aoyama 2-5-1 Minato-ku, Tokyo
Téléphone: 03-497-2121

**Kagoma Co., Ltd. [San Pellegrino (Italie)]**
Nihombashi 2-20-7 Chuo-ku, Tokyo 103
Téléphone: 03-861-7511

**Sunhealth Co., Ltd. [Valser (Suisse)]**
Kyobashi 3-2-8 Chuo-ku, Tokyo 104
Téléphone: 03-271-8381

**Nissho Iwai Corp. [Ashbon (Angleterre)]**
Akasaka 2-4-5 Minato-ku, Tokyo 107
Téléphone: 03-588-2111

**Mountain Valley Water Co., Ltd. [Mountain Valley (É.-U.)]**
Okamoto 7-14-15-613 Higashinada-ku, Kobe-shi 658

**Perrier Japon K.K. [Perrier, Volvic (France)]**
Jingumae 4-2-11, Shibuya-ku, Tokyo 150
Téléphone: 03-408-8321

## 12 Organismes gouvernementaux et commerciaux au Japon

### Gouvernement

**Ministry of Health and Welfare**
Environmental Health Bureau, Food Sanitation Division
Office of Port Health Administration
Kasumigasaki 1-1-2 Chiyoda-ku, Tokyo 100-45
Téléphone: (03) 503-1711

**Ministry of Agriculture, Fisheries and Forestry**
Food and Marketing Bureau, Groceries, Oils and Fats Division
Food and Marketing Bureau, Consumers' Economy Division
Kasumigasaki 1-2-1 Chiyoda-ku, Tokyo 100
Téléphone: (03) 502-8111

### Associations commerciales

**Japan Soft Drink Bottlers Association**
Koishikawa 2-4-17, Bunkyo-ku, Tokyo 112
Téléphone: (03) 514-0666

**Mineral Water Association of Japan**
Tomomi Building 3F Shinjuku-ku, Tokyo 160
Téléphone: (03) 350-9100